

# 理财沙龙策划实施

## 课程背景：

当前各家银行为了业绩冲刺提升，投入人力、物力组织各种形式的客户活动及理财沙龙。客户经过多年“洗礼”后，意识到活动本质为产品推销会，遂产生排斥心理，导致活动收效逐年递减。

同时大多数银行沙龙活动为跟第三方公司合作，银行自主权较弱，把控力不强，自身员工较少得到锻炼提升，组织沙龙积极性不高。

## 课程目标：

让学员掌握沙龙活动组织全流程，学会组织符合当前市场需求的理财沙龙，以达到业绩破局的目的。

## 授课方式：

讲授、案例分析、情景演练、沙龙试讲、总结点评

## 课程大纲：

### 一. 理财沙龙的策划

#### 1. 主题的编排

- a) 理财知识类
- b) 产品销售类
- c) 生活趣味类

#### 2. 人员的安排

- a) 主讲人员的安排
- b) 辅助人员的安排

### 二. 理财沙龙的实施

#### 1. 邀约阶段

- a) 邀约人群的确定
- b) 邀约话术的编撰
- c) 提高邀约成功率

2. 操作阶段
  - a) 现场物料的准备
  - b) 会场的布置
  - c) 人员的分工协作
  - d) 客户信息搜集
3. 收尾阶段
  - a) 销售伏笔预埋
  - b) 活动效果评估

### 三. 理财沙龙的演讲

1. 演讲内容的组织
  - a) 理性了解：把内容讲清楚
  - b) 感性认知：把内容讲生动
2. 沙龙演讲技巧
  - a) 声音语言的表达
  - b) 肢体语言的表达
  - c) 辅助工具的运用
3. 现场互动技巧
  - a) 游戏互动
  - b) 提问互动
  - c) 激励互动

### 四. 厅堂微沙龙的组织

1. 微沙龙与理财沙龙的区别
  - a) 理财沙龙的优势与劣势
  - b) 微沙龙的优势与劣势
2. 微沙龙的组织流程
  - a) 自我介绍
  - b) 业务提醒

- c) 吸引关注
- d) 主题演讲
- e) 微沙收尾